



Lima, 16 de septiembre de 2024

Señores

Superintendencia del Mercado De Valores

Presente.-

Ref.: Hechos de Importancia

Estimados señores:

UNACEM S.A.A., de conformidad con lo dispuesto por el artículo 28º de la Ley de Mercado de Valores y la Resolución SMV No. 005-2014-SMV/01, informa el siguiente "Hecho de Importancia":

Adjuntamos la entrevista realizada a Pedro Lerner, gerente general corporativo del Grupo UNAMCEM, publicada en la edición de hoy en Día1.

Sin otro particular, quedamos de ustedes.

Atentamente,

Alvaro Morales Puppo

Vicepresidente Corporativo de Finanzas

Representante Bursátil Suplente

ENTREVISTA **Pedro Lerner**
CEO del Grupo Unacem

Fortalecimiento. El grupo no tiene previsto crecer en capacidad instalada y se centrará en potenciar sus negocios hacia el 2026. Este año, esperan un crecimiento de 7% respecto del 2023.

“Estamos en una etapa de llevar nuestras operaciones a su máximo potencial”



MELISSA RODRÍGUEZ
ENCISO

Con un portafolio diversificado en cemento, concreto, energía y servicios en Perú, Ecuador, Chile y Colombia, el Grupo Unacem ingresó también a Estados Unidos con la compra de la planta Tehachapi en California que, junto a la adquisición de Termochilca, logró incrementar sus ingresos en la primera mitad del año, cuenta Pedro Lerner, CEO del Grupo.

¿Cómo crecieron los ingresos del Grupo en lo que va del año y cómo esperan cerrar este 2024?

A nivel de ingresos, este año hemos crecido 7% a nivel consolidado con respecto al año anterior. Esto es por el resultado de la adquisición que hicimos el año pasado en los Estados Unidos, cuando compramos la fábrica Tehachapi en California y también por los mejores resultados del negocio de concreto premezclado, principalmente en Perú. Estos mayores ingresos de 7% se tradujeron también en un incremento de 6,3% a nivel del Ebitda respecto del año pasado. Creemos que al final del año esta tendencia se va a mantener.

Somos optimistas respecto del segundo semestre. Julio y agosto muestran señales de un proyecto con buenos resultados.

Hace poco más de un año anunciaron la compra de esa planta, que complementó su filial Drake Cement en Arizona, ¿cómo se ha incrementado su capacidad instalada total de cemento?

Hemos pasado a finales del 2022 de 700 mil toneladas de capacidad instalada a 2,1 millones de toneladas de capacidad instalada por dos razones. En el caso de Drake Cement, entró en operación un nuevo molino, lo que incrementó la capacidad de la fábrica de 700 mil toneladas a un millón al año. Por otro lado, la capacidad de Tehachapi es de 1,1 millones de toneladas al mes. De un año a otro, hemos triplicado la capacidad instalada de producción de cemento. A par-

tir del segundo semestre del 2023 Termochilca ya contribuía con los ingresos consolidados.

Estados Unidos representa el 20% de sus ingresos y la incorporación de Tehachapi representa más del 15% de su capacidad instalada total de cemento, ¿tienen planes de seguir invirtiendo en ese mercado?

Nos encontramos en una etapa de llevar los activos que tenemos y las operaciones existentes a su máximo potencial. Ese es el foco de nuestra estrategia ahora. No tenemos previsto crecer en capacidad instalada en el corto plazo, sino más bien llevar los negocios que tenemos a todo su potencial.

Esto en el mediano plazo.

Nuestra estrategia hasta el 2026 se enfoca, principalmente, en el fortalecimiento del grupo y cómo liberar el valor que tenemos dentro de los negocios existentes. Las compras han sido oportunidades que se nos presentaron y que vimos conveniente aprovechar y no dejar pasar. Al menos en el suroeste de Estados Unidos la economía va bastante bien en lo que se refiere al sector infraestructura, construcción y viviendas.

Este año evaluarían la continuidad de los negocios que no son parte del 'core' del grupo, ¿qué resultó de la evaluación?

Han levantado y mejorado de manera importante. El negocio de los prefabricados, tanto en Chile como en Colombia, si bien son muy pequeños, han estado por encima de lo que esperábamos hace mucho. Estamos contentos con cómo están desempeñándose hoy.

En el mercado peruano ha habido una contracción en el despacho de cemento, ¿cuál es la estrategia de Unacem?

El peruano es nuestro principal mercado y es verdad que el primer semestre ha mostrado una contracción, pero estamos viendo señales de recuperación en julio y agosto, principalmente en obras de infraestructura a través del mercado del concreto premezclado, y tam-



"Pensamos consolidarnos como jugador regional relevante hacia el Pacífico. Estamos en Chile, Perú, Ecuador y en la costa suroeste de Estados Unidos".

“Celebramos el ingreso de un nuevo jugador que es experimentado y que tiene buenas prácticas”

“Tenemos una meta de reducción de emisiones por debajo de los 500 kilos de CO₂ por tonelada al 2030”

bién con recuperación en la autoconstrucción. La estrategia es seguir generando valor. Somos una empresa líder en el mercado peruano, con más de 100 años de trayectoria, con un compromiso importante para el desarrollo del país, pero también con un compromiso de contribuir a la construcción sostenible, cuidar el medio ambiente reduciendo nuestra huella de carbono, proteger la biodiversidad y ser aliados del desarrollo local. Es una estrategia que seguimos reforzando.

No es ajeno a la noticia del ingreso de un nuevo jugador al mercado peruano, ¿cómo reciben esta noticia? ¿impactará al mercado cementero?

Celebramos el ingreso de un nuevo jugador que es experimentado y que tiene buenas prácticas. Creemos que va a ayudar a formalizar el mercado de los materiales de construcción en el Perú. Es una empresa que, a nivel global, predica buenas prácticas, eso es sano y refleja confianza en la economía del país.

Unicom continúa apostando por el concreto e incluso contemplan modificaciones en su planta de Ica. ¿Han requerido incrementar su capacidad para las obras del Puerto de Chancay, la Línea 2 del Metro, la ampliación del Aeropuerto Jorge Chávez?

Muchas de estas obras están ya en fase de culminación y los momentos de mayor requerimiento de consumo de concreto premezclado ya están pasando. Siempre invertimos en capacidad, estamos invirtiendo en la compra de camiones 'mixers' para seguir cubriendo la demanda de esos clientes.

Este año se propusieron reducir seis kilos de CO₂ por tonelada cementicia, ¿cuáles son los pilares en los que trabajarán para lograrlo de aquí al 2030?

Tenemos una meta de reducción de emisiones de CO₂ por tonelada cementicia para estar por debajo de los 500 kilos de CO₂ por tonelada al 2030. Las principales palancas están relacionadas con la reducción del factor clinker por tonelada de cemento. El segundo tiene que ver con empezar a usar una mayor cantidad de combustibles alternativos, que tienen un factor de emisiones de CO₂ menor que los combustibles fósiles. En Ecuador estamos avanzados: más del 60% del consumo del calor de uno de los hornos vino de combustibles alternativos. Son los niveles de sustitución que podemos alcanzar. La tercera palanca tiene que ver con eficiencia energética. Buscar eficiencia en los procesos para poder producir con menores consumos de calor y de energía eléctrica. En Perú, la fabricación de cemento se abastece de energía hidroeléctrica. Esos son los tres alcances principales que vamos a ver hacia el 2030.